“元宇宙”对新闻传播影响的研究扫描

曹月娟 王珍珍
（浙江传媒学院，浙江 杭州 310018）

摘 要： 2021 年学界和业界都展开了对“元宇宙”的研究，相关研究呈现爆发式增长之态。学界从多学科角度对“元宇宙”的特征及优势进行分析，力图给“元宇宙”在概念上加以明确界定。对“元宇宙”相关文献进行梳理，可以从多维视角对“元宇宙”的本质有更加具象化的认知，元宇宙发展对新闻传播将带来哪些影响，其未来发展态势如何，等等，这些问题亟待加以关注和研究。

关键词： 元宇宙；新闻传播发展；新技术；新应用　　**中图分类号：** G632.3　　**文献标识码：** A
文章编号： 1671−0134（2022）02−015−04　　DOI：10.19483/j.cnki.11−4653/n.2022.02.003
本文著录格式： 曹月娟，王珍珍 .“元宇宙”对新闻传播影响的研究扫描 [J]. 中国传媒科技，2022（02）：15−18.

元宇宙（ Metaverse ）的思想源自美国数学家 Vernor Vinge 教授 1981 年出版的小说《真名实姓》，文中创造性地构思了一个通过脑机接口进入并获得感官体验的虚拟世界。1992 年，尼尔 · 斯蒂芬森的科幻小说《雪崩》中提出了“元宇宙”（ Metaverse，汉译本译为“超元域”）和“化身”（ Avatar ）这两个概念，指 XR（拓展现实）、数字孪生、区块链、AI（人工智能）等技术推动下形成的虚实相融的互联网应用和社会生活形态。目前，“元宇宙”概念在多学科推动下处于不断补充、发展及完善的过程。

维基百科针对元宇宙给出了相关定义：“元宇宙”（ Metaverse ），或称为后设宇宙、形上宇宙、元界、超感空间、虚空间，被用来描述一个未来持久化和去中心化的在线三维虚拟环境。但只从空间搭建的角度去定义“元宇宙”显然是不够的，这无法揭示“元宇宙”的核心要义和内在逻辑。对“元宇宙”相关文献进行梳理，从多学科的角度对其本质进行分析，有助于以更加清晰的“元宇宙”思维创新新闻传播发展思路。

1.“元宇宙”概念的多维度理解

学界对“元宇宙”概念的解读目前已具有一定的多维性、多元性，学者们运用多维视角对“元宇宙”概念及相关应用进行了深刻性、批判性思考，力图从深层次探讨“元宇宙”本质。

1.1 “元宇宙”是以技术实现现实世界的延伸

技术是“元宇宙”发展的底层支撑力量。在综合环境当中，由技术打造的虚实界面是将虚拟世界和现实世界连接的一个重要窗口，是对现实世界当中的政治、经济、文化、社交等方面的综合延伸。虚拟现实（ VR ）、增强现实（ AR ）、混合现实（ MR ）、大数据计算、区块链技术不断迭代升级，促使“元宇宙”概念逐渐具象化。无论是文字交互、图形互动、视频社交还是以内容创作为工具的“元宇宙”世界，都是现实环境在技术加持下的延伸。2021 年，清华大学新媒体研究中心将“元宇宙”搭建经历总结为三个阶段，即虚实孪生、虚实相生以及虚实融生。数字孪生和仿真技术使得虚拟空间不断模仿、复制和反映现实空间，从虚实分明到虚实相伴最终必将走向虚实相融相生。[1]XR 虚实交互设备让信息以全真方式呈现，让真实和虚拟的边界融合，线上和线下区隔消失。2019 年是 5G 商用元年，具备高速度、低时延、大带宽特征的网络能够给虚拟现实技术提供更多创作发展空间，弥补当前技术存在的缺陷，实现技术的迭代升级。“元宇宙”是平行于现实空间的世界，也是相融于现实空间的世界，更是能超越现实空间的数字虚拟世界。

互联网的发展加速社会信息内容传播，由于技术升级革新，各式新型媒介设备不断涌现，不断打破虚拟和现实之间的边界，促使现实世界空间范围不断延伸。数字化和智能化的技术设备提供进入“元宇宙”的接口，这个通道宽度会随着技术发展而扩展，这也是未来虚拟和现实空间能进行融合的基础。方凌智认为，沉浸感、交互性和构想性是拓展现实技术的主要特征。[2] 技术不仅只是一种到达“元宇宙”的手段方式，它本身也代表着一种文明形态，贯彻着“元宇宙”的运行逻辑和规则。

1.2 人是以数字化身份融入“元宇宙”参与互动

在“元宇宙”运行逻辑下，人具有非常重要的主体地位，并且以数字化身份融入虚拟世界，具有很强的互动性和参与性。技术构建了新型虚实相融的环境，能够提供沉浸式体验服务，为人的数字化融入提供连接枢纽。技术变革必然会引起人的认知、态度和行为方式的转变，是一种媒介可供性的体现。“元宇宙”是一个数字世界，能承载现实空间的经济、文化、社会活动。要想真正融

入“元宇宙”世界，个人必须找到技术连接口，无论是线上还是线下，都需要转换成数字思维进行沉浸式体验。在未来人机合一，万物互联的时代，个人数字化程度更加深入，每个人都能够对内容进行自主的创作及应用。这要求个人转变思维和态度，改变以往参与社会生活的方式，对技术升级迭代以积极的行动力去接受和适应。在思维和态度发生转变之后，个人的行为方式会发生数字化改造，形成新颖的信息消费体验。

在“元宇宙”当中，每个人都可获取与现实身份相区别的虚拟数字身份，并且通过体验获取不同人生经历。“元宇宙”时代虚拟数字人对任何人来说都不陌生，它是可以合视觉、听觉以及触觉为一体的“元宇宙”原住民，它是数字虚拟身份承载者，也是认识“元宇宙”的一把钥匙。正如张欣茹所说，虚拟数字人能够对人体实时测量，完成日常生活的交流、沟通，凸显人格化的特征优势。[3]人需要借助设备，获取自己的数字化身份，在不断认知的过程当中重新完成自我身份建构。

“元宇宙”以虚拟化镜像与现实世界形成呼应及融合。在融合过程中，虚拟化的技术手段是重要桥梁，人是能动性的主体参与者。“元宇宙”底层逻辑是物质连接和精神贯通，内容囊括现实世界内容，但不局限于现实空间。技术应用底层是现实社会，技术的绝对理想化是“元宇宙”。技术不断推进现实空间向虚拟空间延展，打破彼此之间的间隔和边界，使得两者相互独立又相互关联。

1.3 “元宇宙”具有现实实践意义及价值

“元宇宙”不仅拓展了人的视觉、听觉和触觉综合感官，而且将人的生存维度从现实空间延展到了虚拟世界。在虚实结合环境下，区块链技术搭建经济系统，云计算技术解密复杂算法，虚拟现实技术扩展认知体验，数字孪生增强社会交往系统。“元宇宙”未来发展将会延伸至商业、教育、社交、旅游、艺术等更广阔的领域。

目前，学界对“元宇宙”的实践应用关注主要集中在具身体验产品及服务的开发方面。王金伟针对“元宇宙”思维在旅游领域的应用，提出人在“元宇宙”当中自我身份发生异化，场域主要是营造沉浸式交互体验，旅游资源能够共创长期价值。[4]华子荀说“教育元宇宙”是沉浸式教学互动场域，主要对教师和学生进行数字化身份构建。[5]胡喆认为在游戏当中的“元宇宙”是一个允许开放性创作、探索性体验、虚拟性交易一体化的世界，并且能与现实世界相通，完成人机交互、人人交互体验。[6]不仅是学界，产业界对“元宇宙”的应用性认知也有了初步设想，由于市场商业盈利属性，产业界对“元宇宙”的实践性更多关注的是“元宇宙”市场商业价值，考虑怎样能够更好地连接用户和企业，建设更完善的基础设施，以打造更具互动性和创造性的平台。

2.“元宇宙”在新闻传播行业的实践研究

学界作为科学发展研究重要的推动力量，在理论的创新和完善中起到非常重要的作用。新闻传播学者对“元宇宙”在新闻传播行业实践的研究也在逐渐展开，通过对相关文献进行梳理，“元宇宙”在新闻传播行业实践的研究主要集中在媒体、内容、技术和用户四个方面。

2.1 转变媒体思维，深度连接虚拟世界

“元宇宙”世界能打通线上线下两个空间，使两者形成良性沟通互动。随着互联网快速发展，媒体获取信息渠道更加多元，传播手段和方式也更加新颖，并且积累了虚拟空间中采、写、编、发的经验和技巧。“元宇宙”核心是连接虚拟与现实世界，并且通过技术手段延伸现实空间，打破虚拟空间和现实空间的界限。在新闻生产传播的过程中，要注重转变思维方式，不仅要深入挖掘现实社会新近发生的事实内容，也要深度了解虚拟空间的生产活动，生产更富人性化、更具特色的新闻内容。戴元初提到无论是在观念还是在资源整合上，对媒体结构来说，需要超越性思维，做好虚拟世界和现实世界的对接。[7]杜骏飞认为网络事件起因于现实社会冲突，虚拟社会吁请直指现实社会，虚拟社会与现实社会有着复杂联系，是一种全新的社会形态。[8]媒体机构需要紧紧抓住“元宇宙”发展趋势，做好自己内部发展规划，完善顶层政策制度，更好连接虚拟世界。

2.2 UGC原创参与，内容生产多元化

在“元宇宙”世界，内容生产是多样而复杂的，涉及现实社会生活的方方面面，包括政治、经济、文化、社会等。虚拟空间不局限于现实空间实体存在的内容，更多是由无数创作者协同共创的场景体验，促进“元宇宙”空间内容生产和价值创造。“元宇宙”利用技术设备接入虚拟空间，是人听觉、触觉、味觉和嗅觉综合感官延伸，内容生产不仅包括物质世界发生的事实，而且还包括精神世界的非物质文化生产。杜骏飞认为实践意义的交往人，才是虚拟交往的实际媒介[9]，因此“元宇宙”世界内容生产更需要丰富有趣的人作为媒介参与其中。正如喻国明所说，数字媒介以再造“数字躯体”具身的新型主体方式实现了人的回归，为个体赋权是新闻媒介技术发展使命所在。[10]随着虚拟设备AR、VR等大规模生产和销售，新闻传播和接收成本大大降低，这也在一定程度上促进了新闻传播事业的进步和发展。虚拟世界将会极大丰富人们的精神文化生活，促使新闻内容采写扩大化，生产出更多优质新闻内容报道，创造新闻媒体机构独特的价值和意义。

2.3 先进技术加持，打通虚实空间

5G、AR、VR、MR等技术给“元宇宙”构建提供支持。为了实现新闻报道的专业化和技术性，新闻媒体

开始尝试使用先进技术设备助力新闻报道，例如新华社智能AR直播眼镜、AI合成女主播；人民日报5G终端设备加VR；央视网VR加Vlog；封面新闻MR混合现实视频等丰富了受众获取信息的方式，做到跨越时空局限，缩短传受双方距离，增强现实体验感。彭兰认为未来人工智能技术应用，可能会出现三种发展模式“机器辅助”“人机协同”和“人机合一”[11]，因此，机器和人形成有机互动更利于真实和虚拟空间连接。郭全中将智媒体定义为基于大数据技术、移动互联网技术、虚拟现实技术、人机交互技术的自强化生态系统，实现信息和用户相匹配的媒体形态。[12]在虚实交互方面，“元宇宙”依托技术在不断寻求突破，吴江说XR集合VR、AR、MR等多种技术，让大脑与外在设备之间建立沟通渠道，打通真实和虚拟空间界限[13]，这就要求技术不断迭代升级，促使新闻报道能够成为连接真实和虚拟空间的重要桥梁。

2.4 重视用户参与，生产可感新闻

“元宇宙”让人们沉浸其中获得体验感和参与感。在长时间接触、真实性互动体验过程中，人们可能会对虚拟世界产生强烈情感依恋及心理归属感。“元宇宙”中新闻内容生产能利用算法推荐技术更精准捕捉用户需求，同时也能针对用户的信息需求和偏好提供个性化信息服务，降低用户获取信息的成本，旨在提高彼此交流的效率。吴江提到，依托虚拟现实技术的“元宇宙”更强调沉浸式互动体验，这种“所想即所得”脑机交互会使人混淆真实和虚拟的边界感，易造成情感归属缺失。[14]在智能媒体时代，“元宇宙”世界更强调用户体验和参与，这在很大程度上与传播研究注重人身体回归有关，正如彭兰所说在目前的生态环境下，身体实践已经成为人机交互的表征。[14]未来，为了更好地促使用户以数字化身份参与新闻内容生产、传播和消费流程，新闻媒体要提供高场景度服务，注重新闻生产过程，生产富有体验感的信息内容。[15]

3.“元宇宙”思维对新闻传播业未来发展的影响

“元宇宙”研究正处于初级发展阶段，目前这一概念还未有公认的、权威的、明确的定义。在新闻传播学界，学者们积极投入到“元宇宙”相关研究中，深入挖掘“元宇宙”对新闻传播行业未来发展的影响。但在目前不可避免的舆论泡沫和建设热潮当中，对“元宇宙”发展需要保持理性思考，不能陷入思想的狭隘误区，“元宇宙”思维对新闻传播行业发展提出了更高的要求和具有创新性的标准。

首先，在重视技术应用的同时又不能过度依赖技术渲染，“元宇宙”环境下的新闻报道仍要以内容为主。“元宇宙”技术应用效果让虚拟世界不断接近真实世界，真实和虚拟边界感越来越模糊。技术革新是推动新闻传播行业发展的重要推动力，具有非常重要的意义和价值，但是新闻生产不能一味地炫技，而忽略了新闻内容生产，新闻传播仍要坚持内容为王，把生产优质内容作为媒体生存发展的根基。在“元宇宙”世界，媒体机构需深入了解虚拟世界运行逻辑，无论是虚拟社会还是真实社会发生的事件都需要了解背后的原因，不断地靠近事实真相，以“内容为王”安身立命，有助于提升新闻媒体公信力和影响力。技术应用是让内容以受众更加容易理解、容易感知的形式呈现，绝不能喧宾夺主。

其次，“元宇宙”致力于满足用户精神需求，新闻传播发展也不能脱离媒体社会责任。在移动互联网时代，受众接收信息渠道多元化，为了更好地获取受众注意力资源，媒体必须坚持“受众本位”理念，满足受众多元化信息需求，提供个性化信息服务。但新闻媒体机构作为“社会工器”同时也是社会的瞭望者，不仅有责任生产优质新闻内容，还需要承担文化资源传承保护的重要责任和使命。在“元宇宙”环境下，要求新闻媒体机构要创新思维，利用先进技术让传统文化焕发新的生机和活力，例如2021年频频出圈的河南卫视“端午奇妙夜”“唐宫夜宴”“元宵奇妙夜”将中国传统文化和现代科技技术巧妙结合在一起，这种“传统文化+现代文明”的方式收获了观众很好的口碑。

再次，在“元宇宙”思维下，新闻传播学界应不断加强将“元宇宙”实践研究与传媒产业布局相结合，以“元宇宙”思维打造传媒产业链的同时，也以元宇宙传媒产业实践推进新闻传播学界关于“元宇宙”信息传播相关影响因素的纵深研究。为了更好迎接“元宇宙”的到来，未来新闻传播行业发展势必要打通学界和业界之间交流沟通互动，形成“元宇宙”产学发展良性闭环。

最后，新闻传播行业要打造“元宇宙”思维下的传媒专业人才队伍。“元宇宙”背景下，传统采、写、编、发专业技能已经不能完全适应新时代信息传播要求，需要新闻从业者不断创新创作思维，掌握先进虚拟现实技术，做全能型创作人才。对学校而言，专业新闻人才队伍培养不仅需要提高教学质量，也需要和新闻单位形成有效供需对接，让理论服务于实践，更好助力人才成长。对新闻机构而言，需要加强新闻从业者专业知识以及技术应用培训，完善机构考核奖励制度，提升从业者新技术学习及应用的积极性，能在人机互动当中生产更具价值和意义的新闻内容。

“元宇宙”发展对新闻传播发展既是机遇也是挑战。在“元宇宙”环境下，新闻传播行业应以“元宇宙”思维创新发展思路，紧跟时代发展步伐，以技术推动新闻传播虚实空间的有效转换，以用户为本提升用户新闻信息体验感，以“元宇宙”创新思维打造具有市场适应性的传媒产业链，以人才机制创新培养具有市场适应性和

应用型的专业技术人才队伍。媒

参考文献

[1] 清华大学新媒体研究中心，2020-2021 年元宇宙发展研究报告 [R]，2021-09-16.
[2] 方凌智，沈煌南 . 技术和文明的变迁：元宇宙的概念研究 [J/OL]. 产业经济评论，2022(01):1-14[2022-02-15]. DOI:10.19313/j.cnki.cn10-1223/f.20211206.001.
[3] 张欣茹 . 元宇宙里走出“安未希”，再探虚拟数字人发展之路 [J]. 国际品牌观察，2021（32）：56-59.
[4] 王金伟，余得光 . 元宇宙视角下的旅游“人、场、物”重构 [N]. 中国旅游报，2021-11-30（3）.
[5] 华子荀，黄慕雄 . 教育元宇宙的教学场域架构、关键技术与实验研究 [J]. 现代远程教育研究，2021(6):23-31.
[6] 胡喆，温竞华 . 什么是元宇宙？为何要关注它？ [N]. 新华每日电讯，2021-11-21（4）.
[7] 戴元初 . 媒体人须知：元宇宙的本质是超越 [J]. 视听界，2021（6）：124.
[8] 王薇，杜骏飞 . 虚拟社会的实在革命 [J]. 华南理工大学学报（社会科学版），2012（6）：111-112.
[9] 杜骏飞 . 数字交往论（2）：元宇宙，分身与认识论 [J]. 新闻界，2022(1):64-75.
[10] 喻国明，耿晓梦 . 何以“元宇宙”：媒介化社会的未来生态图景 [J]. 新疆师范大学学报（哲学社会科学版），2021（11）：1-8.
[11] 曾凡斌，齐鑫，蒋珊珊 . 人工智能在新闻生产中的应用现状及其影响 [J]. 现代视听，2018（11）：5-10.
[12] 石磊，田丹丹 . 智媒体推动媒体融合向纵深发展 [J]. 新闻论坛，2019（2）：7-11.
[13] 吴江，曹喆，陈佩，贺超城，柯丹 . 元宇宙视域下的用户信息行为：框架与展望 [J]. 信息资源管理学报，2021（12）：1-17.
[14] 苏涛，彭兰 . 技术与人文：疫情危机下的数字化生存否思——2020 年新媒体研究述评 [J]. 国际新闻界，2021（1）：49-66.
[15] 林沛 . 喻国明：互联网的“下半场”将为传统媒介转型提供机遇 [J]. 中国广播影视，2018（Z1）：150-153.
[16] 王宁 . 面对元宇宙，既要“冷”又要“热”[N]. 河北日报，2021-12-10（3）.
[17] 依法推动数字化赋能高质量发展 [N]. 新华日报，2021-12-09（4）.
[18] 洪玉华 . 打开书，“眺望”元宇宙 [N]. 中国新闻出版广电报，2021-12-03（5）.
[19] 范周 . 科学对待“元宇宙”[N]. 社会科学报，2021-12-02（6）.
[20] 姜圣瑜 . “元宇宙”与新闻传播 [N]. 城市党报研究，2021（12）：1.
[21] 徐晶卉，张天弛 . 火爆的 NFT，打开一扇新窗口 [N]. 文汇报，2021-11-28（4）.
[22] 鲍南 . 元宇宙风口下有几分真 [N]. 北京日报，2021-11-24（7）.
[23] 李黎玥 . 元宇宙 虚拟与现实的高度融合 [N]. 北京日报，2021-11-24（13）.
[24] 刘连松，黄萱，韩爱青，赵煜 . 元宇宙 开启人类“两栖”生活 [N]. 天津日报，2021-11-24（10）.
[25] 李峥 . 元宇宙这张“彩票”，泡沫与价值同在 [N]. 环球时报，2021-11-23（14）.
[26] 卢梦琪 . 元宇宙：与其坐而论道，不如起而行之 [N]. 中国电子报，2021-11-23（1）.
[27] 郑纬民 . 元宇宙与互联网发展新趋势 [N]. 甘肃日报，2021-11-23（11）.
[28] 许隽，程鹏 . 三问元宇宙 [N]. 南方日报，2021-11-23.
[29] 郑新钰 .“元宇宙”再走红 虚拟现实产业迎投资新契机？[J]. 中国城市报，2021-11-15（A04）.
[30] 于佳宁 . 未来十年将是元宇宙发展的黄金十年 [N]. 天津日报，2021-11-15（11）.
[31] 常笑笑 . 韩国数字化表演艺术的新实践与新探索——以元宇宙（Metaverse）的运用为例 [N]. 大众文艺，2021（21）：225-226.
[32] 陈曦 . 5G 新出版元宇宙：虚拟阅读空间创造新的文明和共识 [J]. 新阅读，2021（11）：13-14.
[33] 张欣茹 . 元宇宙里走出“安未希”，再探虚拟数字人发展之路 [J]. 国际品牌观察，2021（32）：56-59.
[34] 杜骏飞 . 数字交往论（1）：一种面向未来的传播学 [J]. 新闻界，2021（12）：79-87，94.

作者简介：曹月娟（1981- ），女，浙江杭州，讲师、博士，研究方向：新媒体、传媒经济；王珍珍（1996- ），女，浙江杭州，硕士研究生，研究方向：数字媒体与智能传播。

（责任编辑：李净）